

## Die neue Rolle des Papiers

### Print und elektronische Medien tauschen ihre Rollen — Wertigkeit und Papierflut haben gleiche Wurzeln

Die Entwicklung der Print- und Medienindustrie ist verknüpft mit der Funktion, der Bedeutung und dem Gebrauch des Stoffes Papier als Trägermedium. Wenn man wissen will, wie sich die moderne Informationstechnologie („E-Medien“) im Spannungsverhältnis zu den sogenannten tradierten (Print-)Medien verhält, wie und ob Drucksachen in Zukunft nach wie vor gebraucht werden, muß man sich mit dem Gebrauch des Papiers im Alltagsleben auseinandersetzen.

Wahr ist, dass Papier in der Summe ein sehr umweltverträgliches Medium ist, das sogar noch in größerer Menge hergestellt werden könnte, ohne dass dies nach heutigem Wissensstand ökologischen Schaden anrichtet. Wahr ist auch, dass wir alle das intensive Empfinden haben, uns einer unüberschaubaren Informationsflut, geradezu einer Lawine von Papier gegenüberzusehen. Dies aber nur deshalb, weil wir in unseren Köpfen oft noch auf ein altes, inzwischen oft sinnloses Verhalten und Bewußtsein dem Papier gegenüber eingestellt sind.

Wir (älteren) glauben, Papier sei zwingend, alles Gedruckte müsse auch gelesen werden. Vergleichsweise wäre dies so, als hätten wir den Anspruch, alles, was in einem Supermarkt in den Regalen steht, zu essen, zu trinken, zu verbrauchen, zu nutzen.

Was wir brauchen, ist eine neue Souveränität im Umgang mit Papier: die Selektionskompetenz und den Mut, loszulassen, Papier nicht als Sammelobjekt zu begreifen.

### Für alle Zeiten

Bis vor kurzem galt alles, was in Wort und Bild gespeichert wurde, als „für die Ewigkeit“ geschrieben. Gedrucktes galt als Dokument, aus denen Bibliotheken wurden. Bibliotheken waren die Grundlage unserer Kultur, des Rechts, der Staatlichkeit schlechthin. Nur Papier hat vor Gericht Beweiskraft.

- ▶ Papier ist über die letzten 500 Jahre das universelle und alles beherrschende Informationsmedium gewesen. Papier hat drei wesentliche Eigenschaften, die es zum Super-Medium machten. Es war schon immer und erst recht nach der Industrialisierung gut und günstig herzustellen und es hat universelle Eigenschaften im Beschriften und Bedrucken. Tinte oder Druckfarbe, Folie oder Lacke können es in geradezu beliebige Produkte zu extrem unterschiedlichen Einsatzzwecken verwandeln.
- ▶ Papier und Karton läßt sich hervorragend in nützliche, funktionell sinnvolle Formen bringen; aus keinem anderen Stoff der Welt werden mehr unterschiedliche Dinge gemacht, wie aus Papier und seiner stärkeren Variante, dem Karton.
- ▶ Weil Papier über viele Jahrhunderte die einzige Trägerform der Information war, haben wir uns sowohl im Unterbewußtsein wie auch in der täglichen Arbeit daran gewöhnt, es als einen aufbewahrungswürdigen Gegenstand zu begreifen. Weil wir sonst nicht mehr an die Informationsquelle herangekommen wären. Jede Drucksache ist nämlich nicht nur eine Vervielfältigung des Originals, sondern ihrerseits erneut ein Original.

Und in der Rechtsprechung setzte man Papier an die oberste Stelle der Objektivität. Nur was schwarz auf weiß geschrieben stand, oder wie es Goethe im Faust formulierte, auch nach Hause getragen werden konnte,

galt und gilt als beweiskräftig. Papier galt als endgültig und seine Herstellung gewissermaßen als offizieller Akt.

### Aufwändig

Geschriebenes und Gedrucktes hatte in der Vergangenheit einen formalen Charakter, weil es der Werkzeuge und Maschinen bedurfte. Um Gedrucktes herzustellen, ging kein Weg an den „Gralshütern“ der Druckindustrie vorbei. Und bis vor rund 200 Jahren konnten weltweit auch in den heutigen Industrie- oder Schwellenländern die wenigsten Menschen lesen und schreiben, für viele waren Drucksachen daher durchaus ein Mythos. Drucken war also eine know-how- und maschinen-intensive, komplizierte Angelegenheit.

*Bis vor wenigen Jahren war es auch durchaus ein Privileg, etwas drucken zu lassen, weil es mit einem nicht unerheblichen Organisations- und letztendlich auch Geldaufwand verbunden war.*

Auf den Punkt gebracht sind es die Personalcomputer in Verbund mit den Laserprintern Mitte der 80er Jahre des 20. Jahrhunderts gewesen, die die Informationsflut ausgelöst haben.

Damals hat sich auch die professionelle Satz-, Repro- und Druckindustrie revolutionär gewandelt. Die Druckindustrie gehört zu den Branchen, die völlig umgestaltet wurden. In einer Metapher gesprochen: Da blieb kein Stein mehr auf dem anderen.

Der wesentliche Unterschied zur Vergangenheit ist, dass so gut wie alle Arbeitsschritte entweder auf Standardcomputern abgewickelt werden können und damit auch die Verbindung zur Infrastruktur der PC-, Netz- und DFÜ-Technologie der gesamten EDV, Telekommunikation und Datentechnik zur Verfügung steht. Und dass ursprünglich generische Funktionen, wie beispielsweise die Bildreproduktion, inzwischen über populäre und sehr preiswerte Geräte und Software zu einer Möglichkeit für jeden geworden sind, der es nutzen möchte.

- ▶ **Mit einem Unterschied zu früher:  
Mit der Flut der Informationen stieg auch die Flut  
der unbrauchbaren Qualität.**

### Gute Gründe

Weil Drucken früher teuer war, musste, wer dafür Geld ausgab, guten Grund haben. Zum Beispiel, um etwas zu dokumentieren, um mit dem Gedruckten Geld zu verdienen (Verlage), um sich in einem besonderen Maße zu präsentieren.

Und weil nicht jeder über das Produktionsgerät und schon gar nicht über das Kapital für die Vorfinanzierung einer Großauflage verfügte, bildeten sich beispielsweise Verlage, die nach eigener Taktik und Geschäftspolitik Medien machten: Bücher, Zeitschriften, Zeitungen. So entstand ein gewisses Informations-Monopol, das die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage zur Zeit auch auf die elektronischen Medien, vor allem Broadcast (Rundfunk, Fernsehen) übertragen möchten.

Aber auch im Bereich der Werbung und Dokumentation hob das Gedruckte den Inhalt stets über die Ebene des profanen hinaus. Drucksachen sind Stellvertreter. Sie werden von Lesern gesehen und beurteilt wie Gesprächspartner: Aussehen und Würde, Lebendigkeit und Charme spielen im Unterbewusstsein eine viel größere Rolle als der intellektuelle Inhalt der

Drucksachen selbst. „Wie Du kommst gegangen, so wirst Du auch empfangen“ gilt nicht nur für Personen, sondern auch für Drucksachen.

Ergo konnten und werden sie auch für über das Normale hinausgehende Maß im Sinne von Repräsentanz benutzt. Drucksachen sind eine virtuelle Welt. Sie sind ein phantastisches Medium, um Ideen und Gedanken, Abstraktes und Zukünftiges sichtbar zu machen. Mit den zeichnerischen, gestalterischen, bildverarbeitenden Möglichkeiten, den Schriften und den Farben sind sie in der Lage, zu visualisieren, was in der Realität noch nicht existiert. Oder etwas Existentes so zu zeigen, wie es jemand anders noch nie gesehen hat. Sie sind eine Bühne der Phantasie. Worte sind die Schauspieler, Bilder die Kulissen, Farben die Scheinwerfer.

### Eines für alle

*Ohne Drucksachen hätte es nie die Wissenschaft im heutigen Sinne gegeben. Und ohne diese Form der objektiven und verlässlichen Wissenschaft weder die heutige globale Technik noch alle anderen Attribute des modernen Lebens, die wir zwar aus lauter Übermut dauernd verfluchen, die uns aber oft genug das Leben retten. Stichwort: Medizin, Hygiene und Sicherheitstechnologien, von Mobilität und Informationsvielfalt ganz zu schweigen.*

Wissenschaft im heutigen Sinne wurde möglich, weil das Wissen objektiv und unverfälscht aus der jeweiligen Quelle - dem Autor - stammend, verbreitet werden konnte. Weil sich gute und kluge Gedanken zigtausendfach, oft millionenfach verbreiteten. Weil sie in Form von Büchern, Zeitschriften oder anderen Dokumenten immer dann zur Verfügung standen, wenn sie gebraucht wurden. Und weil die Kraft des Gedruckten so übermächtig war, hatte sich in Ansätzen zumindestens der Ehrenkodex entwickelt, das Gedruckte nicht zu mißbrauchen, dem Papier gewissermaßen nur die Wahrheit anzuvertrauen.

Dass es dennoch oft genug mißbraucht wurde, ist durch die Wesensart des Menschen erklärbar. Aber die positiven und gesellschaftlich akzeptierten Anwendungen und Verhaltensformen überwogen so stark, daß Papier in gedruckter Form ganz generell zum Zeugen der Geschichte und zur Präsentationsebene des Faktischen wurde.

Als dann vor allem nach dem 2. Weltkrieg verstärkt Technologien aufkamen, die das Druckprodukt in Form von Büchern oder Zeitschriften und Zeitungen in seiner Effizienz verbesserten, als die Drucksachen preiswerter und bunter wurden, sie schneller und in extrem größerer Auflage herzustellen waren, wurden sie zum ersten globalen Massenmedium.

- ▶ **Drucksachen sind es, die die Weltgesellschaft, das, was wir heute Globalisierung nennen, begründeten und möglich machten.**

### Staatstragend

Die Entwicklung von Staaten, Gesellschaften und Kulturen, die Entwicklung der Macht auf lokaler oder nationaler Ebene war und ist am privilegierten Besitz bestimmter Güter oder Funktionen gebunden.

Über Jahrtausende, in der sogenannten Frühzeit der Kulturen, wurde Land über körperliche Gewalt - symbolisiert und realisiert durch körperlich und ggf. mit Gewalt vertretenen Anspruch - in Besitz genommen und ggf. als Politikum verteilt. Die sogenannte Geschichte, also die Darstellung von Primaten, ist bis ins 16., 17. Jahrhundert hinein eine Aufzählung von Landbeherrschern und -Besitzern, eine Darstellung, wem wann welche Ländereien gehörten.

Dann, mit der Industrialisierung, waren Rohstoffe plötzlich ungemein wichtig und führten zu dem, was wir heute Konjunktur und Strukturwan-

del nennen. Kohle, Eisen, Kupfer; aber auch Diamanten und Getreide, Wasser und Chemikalien waren und sind noch immer Faktoren, mit denen sich Macht und Geld, Ansehen und Einfluß machen und bewahren läßt.

Gewissermaßen über alle Jahrhunderte und Jahrtausende hinweg waren und sind Waffen, Vernichtungswaffen, ein entscheidender Faktor für die Entwicklung von Staaten und Gesellschaften. Das ist heute, im Informations- und Kommunikationszeitalter nicht anders, vielleicht sogar noch ausgeprägter. Der Krieg findet heute in und auf Computern statt; der Kosovo-Konflikt hat dafür den ersten vollständigen Beweis geliefert.

Produktionsmittel, Maschinen und deren Anwendungstechnologie zu besitzen, war und ist Grundlage für Macht und Geld. Und was früher die Maschinen waren, sind heute Informationen und Daten. Das Beherrschen der Informationswege ist ein Schlüssel zur globalen (wirtschaftlichen, nicht selten aber auch politischen) Macht. Datenbanken, Datenquellen, das sind die Goldgruben heute. Man „schürft“ im Internet oder wühlt in fremden Servern, so wie früher Menschen über andere Ländereien samt deren Bodenschätze oder Wasserreservoirs herfielen. Wirtschaftskriminalität ist heute immer zugleich auch Datenfälschung - und umgekehrt.

### Daten als „Waffe“

Weil Daten jedoch im Gegensatz zu Land oder Rohstoffen im Besitz eines jeden einzelnen sind bzw. sein können - sei es eine Person oder ein Unternehmen, eine Institution, eine Verwaltung, eine Interessengruppe - wird auch die technische und funktionale Verbreitung der Drucksachen immer mehr eine individuelle Angelegenheit. Das schließt Dienstleister, vor allem die Druckindustrie oder Agenturen für Internet und neue Medien, nicht aus, verlangt aber nach neuen und anderen Formen der Zusammenarbeit.

Und da Dienstleistungen nun einmal mit Kosten verbunden sind, wird in vielen Fällen der scheinbar preiswertere Weg gesucht: man macht es selbst. Auch dann, wenn die Ergebnisse im kommunikativen Sinne, nämlich dem Informations- und Präsentations-Erfolg, verheerend und konträrktiv sind.

Doch diese Entwicklung wird getrieben durch eine Sucht, Gier oder durch eine geradezu körperliche Angst, mit seinen Informationen nicht vertreten zu sein. Informationen und Daten werden mehr und mehr als Waffe verstanden: Wer die Daten hat, hat die Macht. Wer die Information verbreitet, macht Meinung. Wer publiziert, beansprucht Dominanz.

Es werden täglich mehrere dutzend Millionen Informationen erstellt, die aus Sicht der Absender und Macher geradezu zwanghaft notwendig sind, die jedoch das Lese- und Denkvermögen der Empfänger um Dimensionen überfordern. Experten schätzen, dass heute weniger als 1 Prozent der täglich erzeugten Daten- und Informationsmenge überhaupt den Weg zur gedachten Zielgruppe findet. Darin eingeschlossen sind nicht nur die öffentlichen Informationen - also das, was man Presse oder Medien nennt - sondern vor allem firmen- oder organisationsinterne Daten bzw. Informationen im sogenannten Business-to-business-Bereich.

### Informationen als Schlüssel

Wichtiger als ein Produkt oder eine Dienstleistung selbst sind die Informationen darüber. Alles - fast alles -, was Unternehmen heute herstellen und anbieten, seien es Produkte oder Services, ist eigentlich „überflüssig“, da es genügend Wettbewerb und Alternativen gibt, die auch zum Ziel führen.

Wer etwas anbieten will und auf Verkauf oder Akzeptanz angewiesen ist, muß daher mit Fakten und Argumenten, mit Emotionen und Erlebnissen, mit Werten und Wahrhaftigem die Flucht nach vorne antreten, sprich Öffentlichkeit herstellen. Fast alles, was realer juristischer Akt des Vertragsabschlusses oder einer anderen Handlung werden soll, muß erst einmal

eine „innere Akzeptanz-Prozedur“ in den Gefühlen und den Gedanken eines jeden einzelnen Menschen durchlaufen. Je spontaner und unverfälschter diese Zustimmung oder Zuwendung stattfindet, desto besser im Sinne des Anbieters. Und das heißt fast immer auch: um dies zu erreichen, müssen sowohl emotionale als auch rationale Impulse stark und stimmig sein.

Da man aber in aller Regel weder weiß, welche Stimmungslage und welches Vorwissen die jeweiligen Empfänger einer Information oder Botschaft haben, auch nicht, wann und wie sie Zeit haben, welche Seh- oder Lese-gewohnheiten sie haben, muß man gewissermaßen „aus allen Rohren schießen“, also multi- und crossmedial geradezu ein Dauergewitter an Informationsblitzen und Ereignisdonnern veranstalten.

### Dramatische Veränderungen

Mit dramatischen Folgen, die nicht selten die Quadratur des Kreises heraufbeschwören:

- ▶ Berufstätige müssen täglich durchschnittlich rund 40.000 Informationsimpulse verarbeiten.
- ▶ Aber: keiner kann sich wesentlich mehr als 7 Informationen „auf einmal“ merken!
- ▶ Unser Gehirn muß jährlich rund 1,5 Mio Neuigkeiten bewerten und verarbeiten.
- ▶ Doch: wir werden täglich mit  $\emptyset$  10 Stunden Dauerinformation „berieselt“. 0,2 Sekunden (= „Augen-Blick“) genügen, um festzustellen, ob man eine visuelle, grafische Information sympathisch findet oder nicht. Jedoch mehr als 10 Minuten „am Stück“ kann kaum noch einer lesen !

In aller Regel trifft die „Informationskanonade“ auf Empfänger, die ohnehin schon überlastet sind mit Informationen. Mails, Drucksachen, Plakate, Bücher, Zeitschriften, Bedienungsanleitungen, Verordnungen, Dokumentationen und mehr prasseln dermaßen auf jeden Berufstätigen ein, dass Millionen von Neuigkeiten sind zu lesen. Damit ist die Chancen, dass eine neue und zusätzliche Information etwas bewirkt, eher gering.

- ▶ Auch in der „Freizeit“ geht es weiter. 4 Stunden Fernsehkonsum sind bundesweiter Durchschnitt, wobei die Fernsehdauer mit dem Alter steigt. Jugendliche lesen statistisch gesehen mehr als ältere, gleichwohl hat nur einer von sieben im lesefähigen Alter in den letzten zwei Wochen überhaupt in einem Buch gelesen. Die Deutschen geben jährlich zehnmal mehr Geld für Kleinmöbel aus als für Bücher, die Ausgaben für elektronische Medien - vom Telefon bis zum CD-Kauf und der Fernsehgebühr - sind dreißig mal so hoch wie für gedruckte Literatur und Unterhaltung.
- ▶ Nach einer Stunde erinnern sich die Leser und Zuschauer durchschnittlich noch an maximal 5 Prozent der wesentlichen und wichtigen Fakten, die sie soeben konsumiert haben, nach 24 Stunden ist mehr als 99 Prozent vergessen.

Doch wir machen es wie wir es aus der Natur kennen: je geringer unsere Trefferwahrscheinlichkeit, desto höher die Anzahl der Informationspfeile, die wir verschießen. Doch im Gegensatz zur Natur, die regelmäßig gleich gute Früchte an einem Gewächs hervorbringt, und wären es tausende, nur damit eine Frucht davon keimt, schludern wir allzu oft und vernachlässigen die Qualität zugunsten der Quantität.

### Überlebensbasis

Die Teilnahme an der Informations-Ralley, der Kommunikations-Olympiade und den Aufmerksamkeits-Wettkämpfen scheint also fast schon eine Art Kultur-Grundvoraussetzung geworden zu sein, um sich in der Gesellschaft nicht auszugrenzen.

Die Analphabeten-Quote in Deutschland beträgt ca. 12-15 Prozent! Jugendliche haben inzwischen einen begrenzten Wortschatz. Dagegen: Es

bildet sich eine Info-Elite von rund 15 % der Bevölkerung („Medienkompetenz“).

All dies führt zu einer Spaltung der Gesellschaft, zu einer inzwischen schon nachweisbaren Trennung von Belegschaften oder Bevölkerungsschichten in die sogenannte „Info-Elite“ und die „medialen Analphabeten“. Dazwischen also ein „medialer Mittelstand“, der im Spannungsfeld schier zu zerreißen droht.

- ▶ **Fakt ist, dass die Info-Elite keineswegs monomedial agiert. Wer viel das Internet nutzt, liest auch viel. Wer vor allem Sach- und Fachbücher und -Zeitschriften nutzt, schaut gezielter Fernsehen oder nutzt elektronische Medien oft, aber zweck-selektiv.**

Über Printmedien, die in aller Regel vorwiegend textorientiert sind, erreicht man also keineswegs alle Zielgruppen. Aber vieles in dieser komplexen Welt kann ganz einfach nicht in Bildern oder in Filmen dargestellt werden. Wir haben also mehr und mehr lese-unkundige Mitbürger, die von der geistigen Entwicklung definitiv abgeschnitten sind. Es scheint fast so, als würde Lesen - auf die Dauer von weiteren 50 bis 100 Jahren - und der differenzierte Umgang mit Text ein Privileg weniger Menschen werden, wenn nicht eine radikale Veränderung erfolgt.

Interessant dabei mag sein, daß es gerade die Internet-basierten Anwendungen sind, also der Computer, der wieder zum Umgang mit Schrift und Text zwingt. Denn das Internet ist weniger bildorientiert als ihm immer nachgesagt wird.

Dennoch bleibt: *Medienkompetenz wird zum entscheidenden Schlüsselfaktor für berufliche Qualifikation und diejenigen, die kompetent und souverän mit Medien umgehen können - sei es beim Erstellen von Informationen oder der selektiven Nutzung, dem Infogaining - werden beruflich potentiell die Nase vorn haben.*

### Individualität ohne soziale Identität

Durch die Informationsflut und Individualisierung der Mediennutzung gibt es keine zwei Menschen mehr mit dem identischen (Vor-) Wissensstand. Endgültig vorbei sind die Zeiten, in denen eine Runde zufällig versammelter Menschen am Fernsehabend zuvor das gleiche gesehen, geschweige denn in letzter Zeit das gleiche gelesen haben. Mit der Differenziertheit des Medienkonsums verstärkt sich teilweise dramatisch die Differenziertheit der Wertung und Verarbeitung einer jeweilig expliziten Information. Unabhängig von der individuellen Einstellung der einzelnen zu den jeweiligen Inhalten oder Botschaften muß man davon ausgehen, daß jede einzelne Information oder Argument, jede Botschaft und jede Anregung grundsätzlich beim Individuum eine andere Wirkung erzeugt. Man hört, liest oder sieht das gleiche - und tut es dennoch nicht.

*Im gesellschaftlichen, politischen, aber genauso gut auch im betrieblich-institutionellen Bereich muß heute mehr Zeit darauf verwendet werden, die Basis der gemeinsamen Verständigung herzustellen (sprich: alle Beteiligten einer Gruppe auf gleiches Wissensniveau zu bringen), als für die Erörterung oder Bearbeitung der eigentlichen Inhalte oder Diskussionsstoffe zur Verfügung steht.*

Daher ist es immer sinnvoller, nicht von der objektivierbaren Botschaft, dem Inhalt oder der Präsentation als etwas Absolutem auszugehen und Form, Aufmachung, Medium und andere Faktoren aus der Sache selbst abzuleiten, sondern die Medien in Gestaltung, Form und Inhalt so aufzumachen, daß sie dem Individuum oder einer kleinen, definierbaren Zielgruppe gerecht werden. Ein- und derselbe Inhalt in dutzenden von Dar-

stellungen ist eine sinnvollere Methode als dutzende von Menschen mit einer uniformen Information zu überfordern. Kommt hinzu, dass die Information zur Verfügung stehen muß, wenn sie der Nutzer braucht und nicht nur dann, wenn es der Verfasser will.

### Der Fortschritt wird schneller

*Durchschnittlich sind 40 % der Informationen einer Drucksache nach einem halben Jahr veraltet. Alleine in Deutschland entsteht jährlich ein wirtschaftlicher Schaden von rund 50 Mrd. Euro durch falsche, nicht vorhandene oder inaktuelle Informationen.*

Fast alle Fakten und Argumente, Botschaften und Präsentationen unterliegen einem immer kürzeren Gültigkeitszeitraum, weil die Veränderungen vor allem in der Technik, aber auch in der Gesellschaft und in vielen Wirtschaftsfeldern immer schneller voranschreiten. Das Verfallsdatum von Gedrucktem ist leider im Gegensatz zur Lebensmittelverpackung nicht angegeben und deshalb erleidet die Volkswirtschaft jährlich diesen ungeheuren Schaden. Er entsteht durch inzwischen inaktuelle Fakten oder Informationen, dadurch verursachte Fehl- und Falschentscheidungen und den dann notwendigen Korrekturen und Nachbesserungen. Dabei bezieht sich diese Zahl nur auf die reine Arbeitszeitbewertung, noch nicht einmal auf eventuell nutzlos getätigte Ausgaben und Investitionen oder falsche Strategien, die zu Umsatzeinbußen oder Marktverlusten führen. Daher müssen Drucksachen und elektronische Medien anders zusammenarbeiten.

### Die konkrete Zukunft

Wir erleben zur Zeit einen Paradigmenwechsel. Auf Grund der geschilderten Entwicklungen, Auswirkungen und Konditionen übernehmen Computer die Rolle der Informations- und Dokumentations-Datenbasen (das, was früher die Bibliothek war), und Drucksachen werden mehr und mehr eine emotionale Präsentations- und Animationsbühne.

*Der Paradigmenwechsel ist konsequent radikal, nämlich eine 180-Grad-Wende. Waren früher Drucksachen der Fels in der Brandung und wurde alles, was über Bildschirme flimmert und flackert, als vergänglich und eher unterhaltend angesehen, ist es heute genau umgekehrt.*

Bildschirme, vor allem wenn sie an Computer angeschlossen sind, liefern in aller Regel den aktuellen Stand der Wirklichkeit. Im positiven Sinne auch die Fernsehbildschirme, wenn sich die Sendungen auf Fakten und Nachrichten konzentrieren. Bildschirme verbinden mit der Realität in Echtzeit, was vor allem bei Katastrophen bis zur Perversion exerziert wird.

*Drucksachen dagegen haben längst die Rolle der emotionalen Botschafter übernommen, in denen man nach Lust und Laune blättern kann. Lust und Laune heißt wortwörtlich, dass Drucksachen mit ihrer Vielfalt der Aufmachung und eindringlichen Gestaltungskraft, mit den unglaublichen Möglichkeiten der Bildbearbeitung und der unendlichen Variabilität ihrer Aufmachung und Form wahrlich handhabbare, wortwörtlich begreifliche Gefühlsbotschafter sind. Alleine schon die Haptik des Papiers vermittelt Werte. Wie sich etwas anfühlt, so wird es auch betrachtet und bewertet.*

Während Bildschirme immer gleich und nur durch ihren Inhalt lebendig sind, leben Drucksachen vor allem durch Format, Papiereigenschaften, Gewicht, Funktionalität und nicht zuletzt durch ihre Möglichkeit, sie vorwärts und rückwärts, kurz oder lange, mit und ohne Stromanschluß, praktisch orts- und zeitunabhängig nutzen zu können. Universelle Eigenschaften, die durch Computer zur Zeit jedenfalls noch nicht erreicht werden.

## Paradigmenwandel

- ▶ **Früher: Drucksachen informieren („schwarz auf weiß“), Computer animieren (Multimedia)**
- ▶ **Heute: Drucksachen motivieren (persönliche Exemplare), Computer informieren und distribuieren (Netzwerke)**

Gerade die Möglichkeit der Drucksachen, schnell aber gut, schnell und jederzeit, individuell und dennoch wiedererkennbar hergestellt werden zu können, die Unkompliziertheit der Erstellung und Verteilung, die Flexibilität der Auflagen und vieles mehr machen Drucksachen zu zielgerichteten, individuellen Medien.

Computer haben dagegen den Vorteil, ihren Datenbestand und ihre Informationen nicht wie Drucksachen unlöschar auf und an ein Medium binden zu müssen, sondern auf Knopfdruck und zu jeder Sekunde andere bzw. genaue Informationen liefern zu können. Dank der Infrastruktur der Daten- und Kommunikationstechnologie in Unabhängigkeit von Eingabe und Ausgabe. Der Tastendruck in Tokio kann Bruchteile von Sekunden später in New York bereits Konsequenzen haben und im Internet ist der physikalische Aufenthalt einer Information ohnehin völlig ohne Bedeutung, solange das Netz als globaler Verbund funktioniert. Eben halt mit dem Nachteil: wehe, es fiele der Strom aus!

## Die Vorteile des Papiers

- ▶ **Papier erfüllt den instinktiven Jagd- und Beutetrieb: sammeln, horten, schützen.**
- Papier ist buchstäblich „begreiflich“: das einzige Medium zum Anfassen (Haptik)!**
- Papier kann individuell genutzt werden:**
- Leserichtung und -Geschwindigkeit sind frei bestimmbar (nicht so die Elektronik!).**

Über die Vorteile der Elektronik wird andauernd geschrieben und geredet, weniger über die nach wie vor vorhandenen und gewissermaßen „ewigen“ Vorteile des Papiers und der Drucktechnologien.

Nicht zu unterschätzen ist die Handhabung der Drucksachen als Beuteobjekt. Der Mensch, sich modern und im Cyberspace befindlich wägend, ist nach wie vor jenes aufrecht gehende Tier mit komplexen Verhaltensmustern, das nach wie vor von Jagd- und Beutetrieben dominiert wird. Raffen, in Besitz nehmen, sichern, verstecken, für sich selbst oder die Horde (Familie, Abteilung, Freundeskreis oder sonstige emotionale Gemeinschaften) sorgend ist Papier wie geschaffen als Jagdobjekt. „Mach mal eben für mich eine Kopie“ ist deshalb auch millionenfacher Standardsatz in jedem Büro. Und wer keine bekommt, fühlt sich deklassiert!

**Aber auch das unmittelbare Greifen des Papiers hat mit Begreifen zu tun.** Beobachten Sie andere oder sich selbst: man hat stets den Drang, ein Stück Papier, von dem man liest, in die Hand zu nehmen. Sprache ist veräterisch: wenn man etwas festhalten will, muß man es auch festhalten!

Und nicht zu unterschätzen ist die Geist-Körper-Interaktion beim Lesen. Die Körperhaltung einerseits, die Art und Weise, wie man etwas liest, die Tatsache, daß man manches mehrfach lesen und manches ganz überschlagen kann, ist von eminenter Wichtigkeit, erhöht die Aufnahmefähigkeit und Konzentration gegenüber elektronischen Medien teils um mehrere hundert Prozent.

In der Summe also: für diejenigen, die mit Papier umgehen können, ist es nach wie vor das nützlichste und effektivste Medium, wenn sichergestellt werden kann, daß der Inhalt aktuell ist.

Also werden Drucksachen emotionaler (farbiger, besseres Papier, ein-drucksvollere Aufmachung, mehr Bilder) und individueller (z. B. Personalisierung im Digitaldruck, zielgruppen-spezifische Kleinauflagen).

Die Schlußfolgerungen, wie man Drucksachen deshalb gestalten und in seiner Informations- und Kommunikationsstrategie einsetzen soll, ergeben sich daher wie von selbst:

In erster Linie sind es die emotionalen Faktoren, die eine Drucksache wertvoll und wichtig machen. Dazu gehören in erster Linie die Farbe und die Qualität des Papiers, Format und Aufmachung sowie scheinbar luxuriöse Assessoires, die als Emotionsverstärker jedoch äußerst effiziente Hilfe leisten. Typografie und Weißraum der Seiten, Binde- und Falzarten, Lacke und Folien, die Papier ungemein interessant machen können und andere Elemente mehr.

Und der zielgruppen- oder personenindividuelle Inhalt ist keineswegs nur ein neomodischer Spleen der technologie-begeisterten Drucker. Ganz im Gegenteil: die gesamte Wirtschaft ist längst zur Erkenntnis gelangt, dass konsequentes 1:1-Marketing die Chancen erhöht, sich im immer härteren und lauterem, hektischeren und vielfältigeren Wettbewerb zu behaupten.

## Fazit

**Drucken wird nicht „unmodern“, sondern Papier bekommt eine neue Funktion:** die individuelle Informations- und Kommunikationsplattform. Drucken ist emotionale Kommunikation. Drucksachen sind „menschlich“: ihre Funktionalität entspricht dem Wesen des Menschen, sich seinen Anteil zu sichern und nach eigenem Ermessen zu nutzen.

Oft hört man, Papier und Drucksachen seien Medien „von gestern“. Falsch. Das Gegenteil ist der Fall. Papier bekommt eine neue Funktion und steht damit am Beginn eines „zweiten Frühlings“ oder „zweiten Karriere“. Papier ist und bleibt ein Medium, zu welchem es keine Alternative gibt. Aber ganz ohne Frage ist es eben auch ein Medium unter mehreren geworden, ein Puzzlestein im Informations- und Kommunikationsmosaik.

**Und dies bedeutet: Je intensiver wir Computer und elektronische Medien nutzen, desto wichtiger werden Drucksachen als eine Präsentationsbühne für Emotionen und als eine Abkopplung von der Hektik der Cyberwelt.**

Es gibt zahlreiche Beispiele aus anderen Branchen und Industrien: das, was oft viel zu vorschnell als der Tod einer bisherigen Gewohnheit, Technik, Funktion oder Nutzung deklariert wird, stellt sich recht bald als dessen eigentlicher Beschleuniger heraus. Und immer mehr gilt in einer pluralistischen Gesellschaft: das eine tun, aber das andere nicht lassen. Wir leben in einer Welt der Gleichzeitigkeit des Gegensätzlichen. Das ist das wesentliche Charakteristikum des beginnenden 21. Jahrhunderts.

Die Schnellrestaurants boomen, gleichzeitig aber auch die Feinschmecker- und Spezialitätenlokale. Noch nie gab es so viele Fahrräder, weil oder obwohl es noch nie so viele Autos gab. Mit dem Flugzeug verreisen ist beliebt, Wanderferien sind es auch. Europa ist eine Realität, nationales Bewußtsein nicht minder. Wir essen alle zuviel und machen noch nie so viele Diäten wie jetzt. Eine unendliche Kette solcher scheinbaren Widersprüche kennzeichnet unsere Gesellschaft.

Und darum liegt nahe, zumal es von der funktionalen Logik unterstützt und der täglichen Praxis bestätigt wird: **Je mehr Jagdreviere der Elektronik, desto stärker unser Wunsch nach Beute auf Papier.** Je schneller und weltumfassender die Computer uns jede gewünschte Verbindung und Information liefern, desto mehr schätzen wir es, wenn wir uns in eine Drucksache vertiefend zurückziehen können. Die unaufhörliche Buntheit der Bildschirme läßt uns den Wert einer ruhigen, weißen, schön gestalteten Seite wieder bewußt werden.

Papier, von dem die einen sagen, es sei nur gut, wenn es scheußlich pseudomweltgrau aussähe, wird für viele wieder das Refugium, den der Geist braucht, um sich wohl zu fühlen. Die „Wertigkeit“ von Papier und sein müllberge-erzeugendes Massenvorkommen sind also kein Widerspruch, sondern entspringen den gleichen Ursachen.